



**N E X T I L**

G R O U P

**JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS**

27/07/2020

# Disclaimer

•Esta presentación ha sido preparada por Nueva Expresión Textil, S.A. (“Nextil”) y contiene declaraciones e información relativa a Nextil que se basan en las opiniones de su equipo directivo, así como en ciertas suposiciones realizadas e información actualmente disponible para Nextil.

•La información y cualesquiera de las opiniones y afirmaciones contenidas en la presentación son estrictamente confidenciales y no han sido objeto de verificación por terceros independientes y, por lo tanto, no debe asumirse la exactitud, imparcialidad y exhaustividad de la información y opiniones contenidas en esta presentación ni se otorga, ni implícita ni explícitamente, garantía alguna sobre la imparcialidad, precisión, plenitud o corrección de la información o de las opiniones y afirmaciones que en ella se expresan por parte de ninguna de las compañías referidas ni de sus asesores ninguna manifestación ni se presta ninguna garantía, expresa o implícita, sobre su contenido.

•La presentación refleja las opiniones actuales de Nextil con respecto a acontecimientos futuros que están sujetos a riesgos, incertidumbres e hipótesis sobre Nextil y sus filiales e inversiones, incluyendo, entre otras cosas, el desarrollo de su negocio, las tendencias de su industria operativa, las oportunidades de crecimiento orgánico e inorgánico y las inversiones futuras. A la luz de estos riesgos, incertidumbres y suposiciones, es posible que no se produzcan los acontecimientos o las suposiciones o estimaciones a los que se hace referencia en las declaraciones a futuro. Ninguna de las proyecciones, expectativas, estimaciones o previsiones futuras de esta presentación deben ser tomada como proyecciones o promesas ni deben ser tomadas como indicaciones, aseguramientos o garantías de que los supuestos sobre los cuales dichas proyecciones, expectativas, estimaciones o previsiones futuras han sido preparadas son correctas o exhaustivas o, en el caso de las asunciones, que se indican en su totalidad en la presentación.

•Son muchos los factores que pueden hacer que los resultados futuros, el crecimiento orgánico e inorgánico, el desempeño o los logros de Nextil sean materialmente diferentes de cualquier desempeño o logro de resultados futuros que puedan estar expresados o implícitos en dichas declaraciones a futuro, incluyendo, entre otros: cambios en las condiciones económicas, políticas, gubernamentales y empresariales a nivel mundial y en los países en los que Nextil opera; cambios en los tipos de interés; cambios en las tasas de inflación; cambios en los precios; cambios en las leyes y políticas nacionales e internacionales; incapacidad para mejorar la competitividad de los servicios y productos de Nextil; gastos de capital sustanciales y requisitos de investigación y desarrollo de Nextil; la confianza en contratistas y proveedores externos; la adquisición o inversión con terceros en empresas conjuntas; la falta de oportunidades para la adquisición y enajenación de activos; los procedimientos legales en curso y los futuros; ajustes y cancelaciones inesperadas de la cartera de pedidos pendientes de Nextil; imposibilidad de obtener nuevos emplazamientos y ampliar los existentes; falta de mantenimiento de entornos de trabajo seguros; pérdida de personal directivo y de personal clave; uso no autorizado de la propiedad intelectual de Nextil y reclamaciones por infracción por parte de Nextil de los derechos de propiedad intelectual de terceros; endeudamiento sustancial de Nextil; la capacidad de Nextil de generar efectivo para cubrir su endeudamiento; y cambios en su estrategia de negocio.

•En caso de que uno o más de estos riesgos o incertidumbres se materialicen, o en caso de que las suposiciones subyacentes resulten incorrectas, los resultados reales pueden variar materialmente de los descritos, los previsto o los estimados, así como, de lo que se espere o lo que se persiga con la presentación.

•Esta presentación incluye ciertas medidas financieras que no son IFRS y que no han sido objeto de una auditoría financiera en ningún ejercicio.

•Ninguna de las compañías referidas en la presentación asume responsabilidad de ningún tipo, con independencia de que concurra o no negligencia o cualquier otra circunstancia, respecto de los daños o pérdidas que puedan derivarse de cualquier uso de la presentación o de sus contenidos.

•Ni esta presentación ni ninguna parte de la misma tiene naturaleza contractual, ni podrá ser utilizada para integrar o interpretar ningún contrato o cualquier otro tipo de compromiso.

•La información y las consideraciones contenidas en esta presentación, se proporcionan y están referidas a la fecha de la presentación y están sujetas a verificación, finalización y cambios sin previo aviso. Nextil no tiene la intención, ni asume ninguna obligación, de actualizar estas declaraciones a futuro.

## 01. Informe sobre la evolución del negocio 2019

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2019 (Expresado en Euros)

	2019	% sobre ventas	2018	% sobre ventas
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>93.718.519</b>	<b>100,0%</b>	<b>73.313.233</b>	<b>100,0%</b>
Ventas	93.596.503	99,9%	72.921.003	99,5%
Prestaciones de servicios	122.016	0,1%	392.230	0,5%
<b>Variaciones de existencias de productos terminados y en curso de fabricación</b>	<b>(399.458)</b>	<b>-0,4%</b>	<b>1.457.071</b>	<b>2,0%</b>
<b>Trabajos realizados por la empresa para su activo</b>	<b>2.070.694</b>	<b>2,2%</b>	<b>1.760.820</b>	<b>2,4%</b>
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>(59.087.887)</b>	<b>-63,0%</b>	<b>(50.539.222)</b>	<b>-68,9%</b>
Consumo de mercaderías	(5.362.967)	-5,7%	(4.855.929)	-6,6%
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	(36.679.012)	-39,1%	(33.172.875)	-45,2%
Trabajos realizados por otras empresas	(17.520.870)	-18,7%	(11.754.480)	-16,0%
Deterioro de mercaderías, materias primas y otros aprovisionamientos	474.962	0,5%	(755.938)	-1,0%
<b>MARGEN BRUTO</b>	<b>36.301.868</b>	<b>38,7%</b>	<b>25.991.902</b>	<b>35,5%</b>
<b>Otros ingresos de explotación</b>	<b>249.282</b>	<b>0,3%</b>	<b>39.469</b>	<b>0,1%</b>
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	239.603	0,3%	28.605	0,0%
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	9.679	0,0%	10.864	0,0%
<b>Gastos de personal</b>	<b>(19.284.752)</b>	<b>-20,6%</b>	<b>(15.854.392)</b>	<b>-21,6%</b>
Sueldos y salarios	(15.671.042)	-16,7%	(12.910.458)	-17,6%
Cargas sociales	(3.613.710)	-3,9%	(2.943.934)	-4,0%
<b>Otros gastos de explotación</b>	<b>(14.250.269)</b>	<b>-15,2%</b>	<b>(12.930.565)</b>	<b>-17,6%</b>
Servicios exteriores	(13.656.807)	-14,6%	(12.486.724)	-17,0%
Tributos	(319.794)	-0,3%	(261.986)	-0,4%
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales	(259.307)	-0,3%	(149.705)	-0,2%
Otros gastos de gestión corriente	(14.361)	0,0%	(32.150)	0,0%
<b>Amortización del inmovilizado</b>	<b>(7.856.618)</b>	<b>-8,4%</b>	<b>(3.519.029)</b>	<b>-4,8%</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenación del inmovilizado</b>	<b>(1.281.340)</b>	<b>-1,4%</b>	<b>490.472</b>	<b>0,7%</b>
Deterioro y pérdidas	(921.000)	-1,0%	559.792	0,8%
Resultados por enajenación y otras	(360.340)	-0,4%	(69.320)	-0,1%
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones de participaciones consolidadas</b>	<b>-</b>	<b>0,0%</b>	<b>(41.928)</b>	<b>-0,1%</b>
<b>Otros resultados</b>	<b>(281.211)</b>	<b>-0,3%</b>	<b>(1.928.876)</b>	<b>-2,6%</b>
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN</b>	<b>(6.403.040)</b>	<b>-6,8%</b>	<b>(7.752.947)</b>	<b>-10,6%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>3.016.129</b>	<b>3,2%</b>	<b>(2.795.514)</b>	<b>-3,8%</b>
<b>Ingresos financieros</b>	<b>95.237</b>	<b>0,1%</b>	<b>177.004</b>	<b>0,2%</b>
De valores negociables y otros instrumentos financieros	95.237	0,1%	177.004	0,2%
De empresas del grupo y asociadas	8.848	0,0%	98.009	0,1%
De terceros	86.389	0,1%	78.995	0,1%
<b>Gastos financieros</b>	<b>(4.188.090)</b>	<b>-4,5%</b>	<b>(2.127.152)</b>	<b>-2,9%</b>
<b>Variación del valor razonable en instrumentos financieros</b>	<b>-</b>	<b>0,0%</b>	<b>15</b>	<b>0,0%</b>
Cartera de negociación y otros	-	0,0%	15	0,0%
<b>Diferencias de cambio</b>	<b>4.929</b>	<b>0,0%</b>	<b>30.395</b>	<b>0,0%</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenación de instrumentos financieros</b>	<b>1.533.244</b>	<b>1,6%</b>	<b>(101.920)</b>	<b>-0,1%</b>
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>(2.554.680)</b>	<b>-2,7%</b>	<b>(2.021.658)</b>	<b>-2,8%</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(8.957.720)</b>	<b>-9,6%</b>	<b>(9.774.605)</b>	<b>-13,3%</b>
Impuesto sobre sociedades	(35.662)	0,0%	260.936	0,4%
<b>RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO</b>	<b>(8.993.382)</b>	<b>-9,6%</b>	<b>(9.513.669)</b>	<b>-13,0%</b>

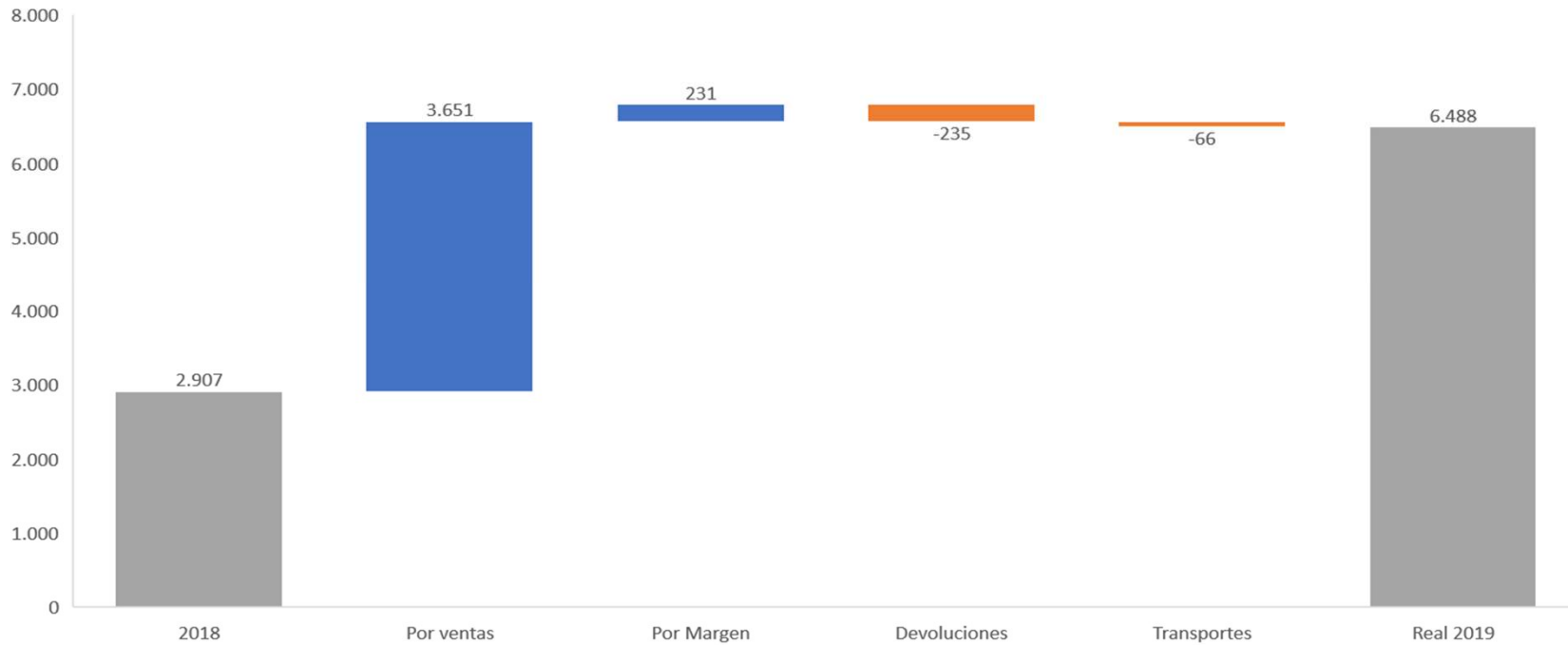
- La cifra de negocios consolidada de NEXTEL-NUEVA EXPRESIÓN TEXTIL, S.A. ha ascendido a 95,4 millones de euros en el acumulado de 2019, un **30,2% más que el año anterior**.
- El plan estratégico de NEXTEL para 2019, ha permitido obtener un EBITDA de 3 millones de euros en el acumulado del año, esto significa una **mejora de 5,8 millones de euros respecto a 2018**.
- En la unidad de TEJIDO, la cifra de ventas ha alcanzado los 43,9 millones de euros en 2019, lo que significa una reducción de la cifra de negocio en un 11,2%.
- La unidad de negocio de PRENDA ha aportado 53,8 millones de euros a las ventas del grupo, un 138,1% más que la cifra que el ejercicio anterior en el mismo periodo.

## RESUMEN de 2019:

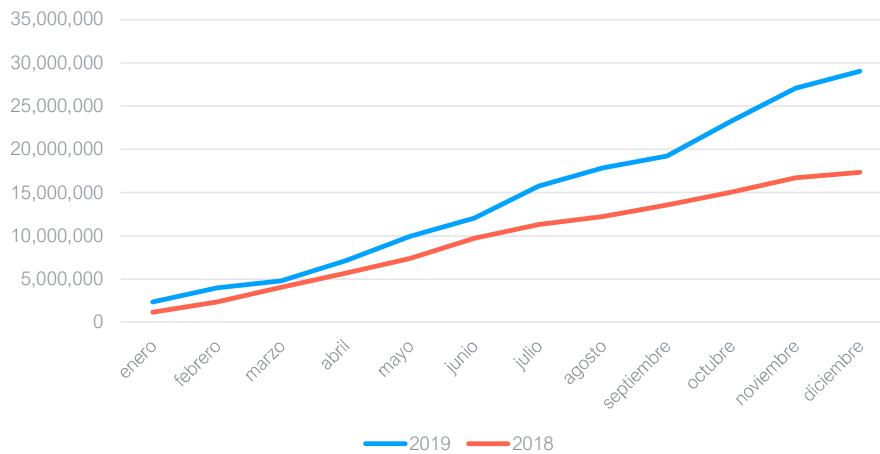
- SICI/PLAYVEST: INCORPORACIÓN + INTEGRACIÓN + MAXIMIZACIÓN
- TREISS: Incremento ventas Baño y Athleisure incapaz de compensar la caída del Fast Fashion.
- EFA: Integración en el Grupo.
- Unidad de Tejido España: Necesidad de reenfoque estructural.

01.01 **UNIDAD DE PRENDA**

Bridge MC SICI'93  
2019 vs 2018



VENTA MENSUAL



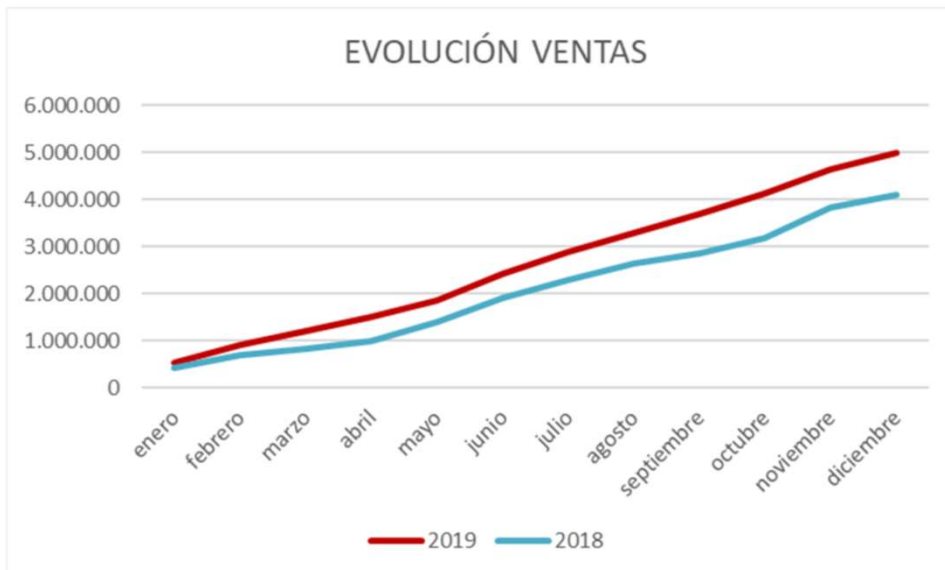
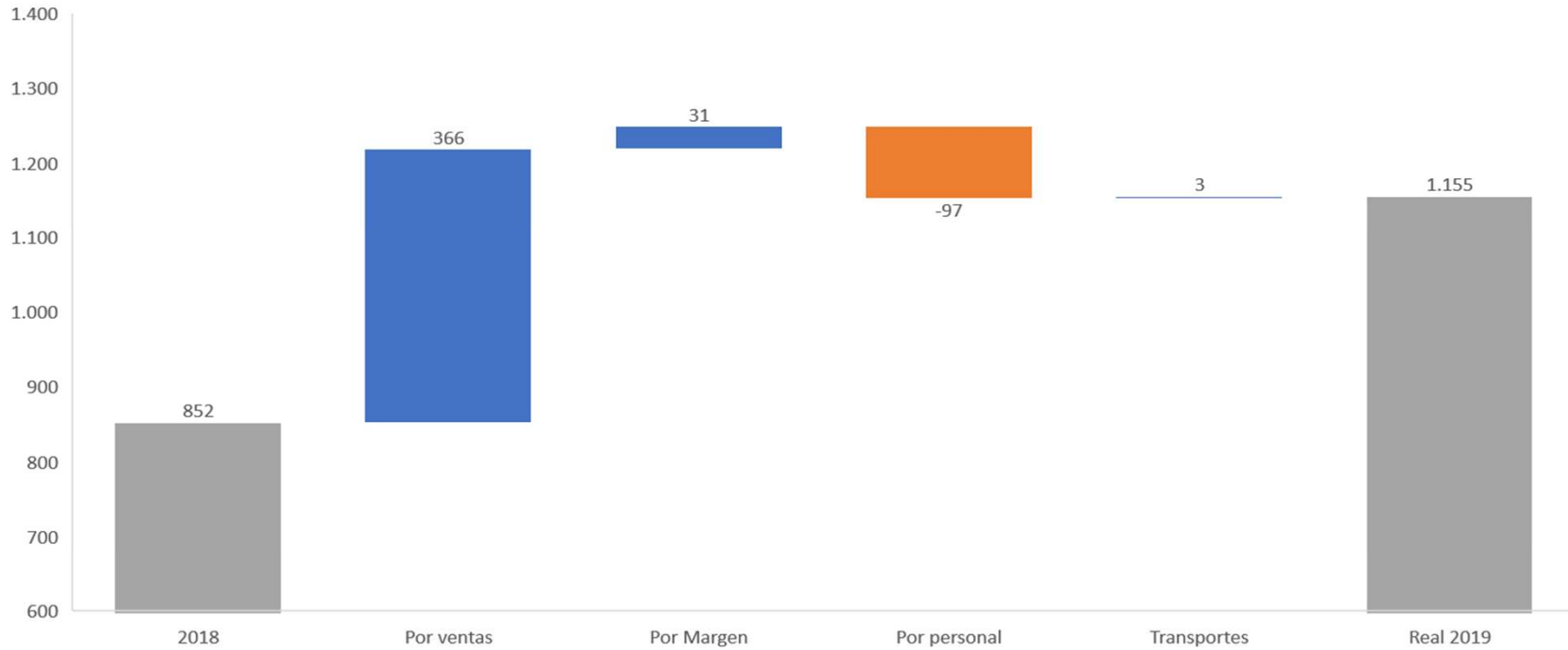
- Crecimiento de más del 60%
- Nueva Dirección General
- Nueva Dirección financiera
- Nuevo equipo de operaciones



- Apertura de nuevos Clientes
- Apertura Centro Vizela y Homologación 6 nuevas subcontratas
- Crecimiento equipo Calidad y Producción
- Mejora ratios Calidad y servicio de Burberry (8º mejor vendedor)
- ZDHC y Step homologado



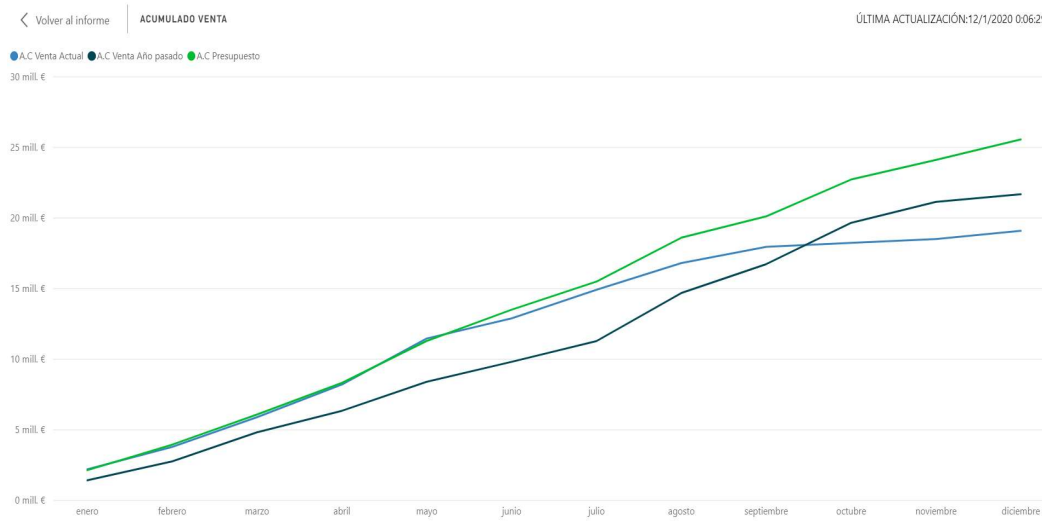
Bridge MC PLAYVEST  
2019 vs 2018



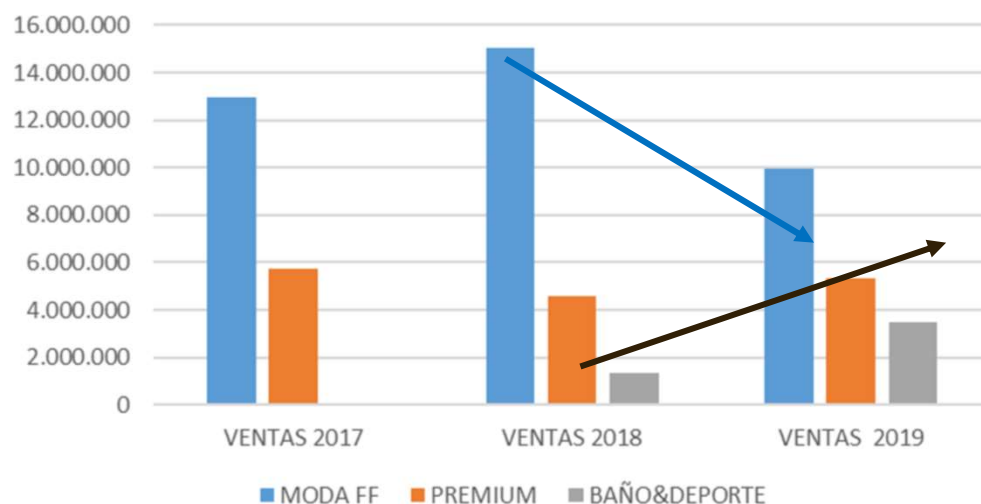
- Crecimiento 25% en ventas
- Crecimiento Clientes medios
- Mejora sala de prototipaje



- Nueva maquinaria y modificación de la existente para absorber crecimiento
- Mejora sala de prototipaje
- Potenciación equipo desarrollo de producto



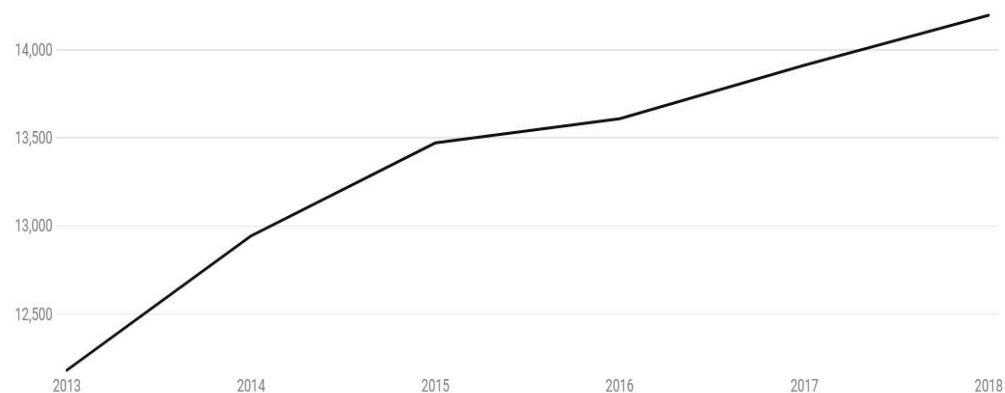
### VTAS POR SECTOR



- El presupuesto se cumplió hasta junio 2019. La desviación empieza en julio y agosto 2019.
- La estrategia marcada a principios de 2019 de abandono de Fast fashion estaba dando sus frutos, pero la caída brusca de los pedidos en la segunda mitad del año no era previsible.

### Evolución de las importaciones europeas de moda de Turquía

En millones de euros



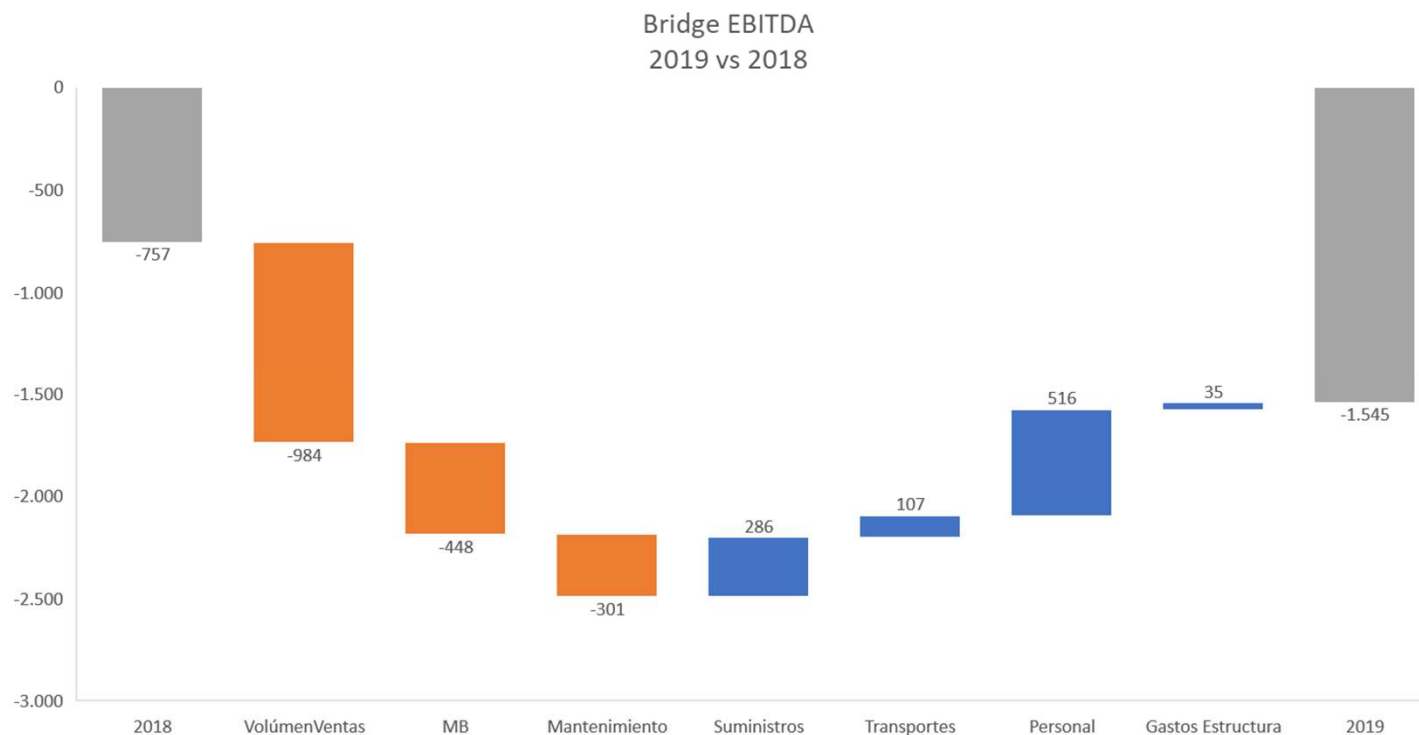
Fuentes: Icesx

Source: Modaes.es • Get the data • Created with Datawrapper



- Incremento en un 33,5% de las importaciones de prendas de punto de enero a agosto 2019.
- En los últimos 5 meses del año cayó la facturación respecto 2018 en -5.490 k€.
- La lira turca sigue devaluándose a mitad del 2019, incrementando la capacidad competitiva de Turquía.

01.02 **UNIDAD DE TEJIDOS**

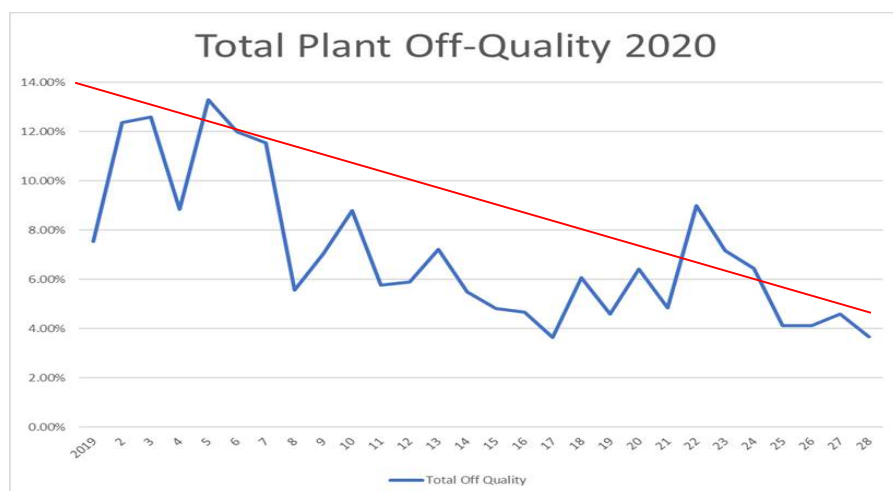


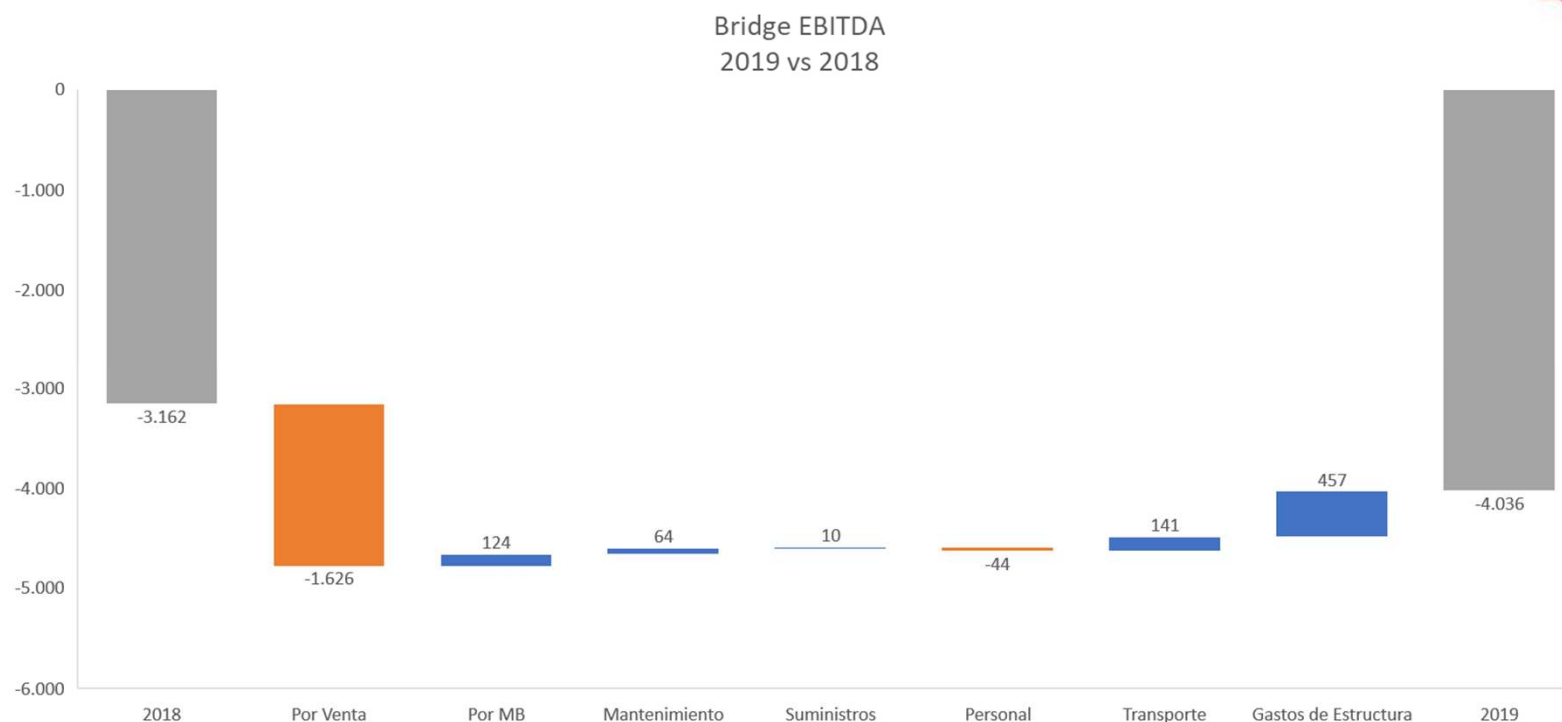
- En 2019 Se inició un proceso de turnaround, por el cual se decidió sustituir a la Dirección General y Dirección Comercial.
- Se lanzó un proceso de mejora en las diferentes áreas de la compañía, con especial énfasis en la mejora del control de calidad, desarrollo de nuevos productos y mejora de eficiencia productiva.
- Las dos subidas del precio de las materias primas en 2019 no pudieron ser aplicadas a los clientes hasta finales de año.

## EFA 2020\_Mar

PL	YTD				
	2020		2019		Variance
	EUR	%	EUR	%	
Ventas Netas	4.715	100,0%	6.177	100,0%	-1.462
MB	2.241	47,5%	2.237	36,2%	5
11. Mantenimiento	-68	-1,4%	-103	-1,7%	35
12. Suministros	-384	-8,1%	-499	-8,1%	116
13+ Personal de Fábrica	-1.173	-24,9%	-1.282	-20,8%	110
16. Transportes	-49	-1,0%	-52	-0,8%	4
MCI	568	12,1%	300	4,8%	269
17. Personal Comercial y Marketing	-22	-0,5%	-128	-2,1%	106
MC	546	11,6%	171	2,8%	375
20. Personal Estructura	-195	-4,1%	-262	-4,2%	68
21. ++ Gastos Estructura	-355	-7,5%	-324	-5,2%	-32
22. Alquileres	-17	-0,4%	-17	-0,3%	0
23. Publicidad	-7	-0,1%	-5	-0,1%	-2
24. + Otros ingresos/gastos generales	-104	-2,2%	-67	-1,1%	-37
28. + Servicios subcont.y extern.	-14	-0,3%	-22	-0,4%	8
35. + Gastos generales	-214	-4,5%	-213	-3,5%	0
49. Deterioros	-5	-0,1%	-5	-0,1%	0
EBITDA	-9	-0,2%	-420	-6,8%	411

- El proceso de Turnaround ha concluido con un impacto en la cuenta de resultados de 1.399 k€.
- Exportación de la propuesta de valor de Europa a EE.UU.
- Nueva maquinaria GG40 y desarrollo de nuevos productos.
- Equipo de Calidad que ha reducido prácticamente a 0 las devoluciones y a un tercio la mala Calidad, del 14,5% en 2019 al actual 4%.





- Textiles Masnou ha perdido cifra de ventas. A pesar de la mejora continua de la mejora de costes de las diferentes partidas, se sigue sin encontrar la vía de rentabilidad de esta unidad de negocio.
- Las sinergias encontradas entre las tres empresas de Tejidos, EFA+DOGI+RITEX, permiten abordar las oportunidades que se abren para un negocio de 45 millones de Euros, con una rentabilidad adecuada. Para ello se está desarrollando un proyecto específico para esta Unidad.

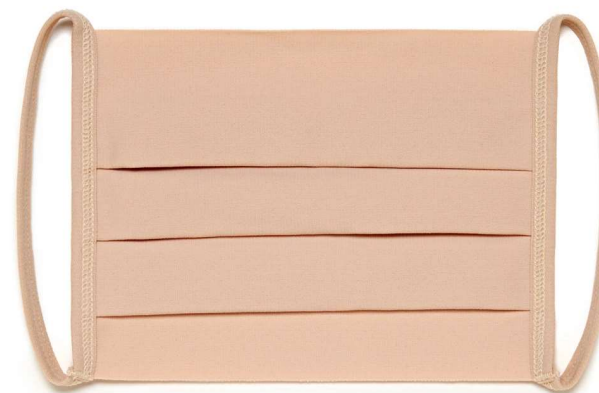


## 03. Evolución del negocio 2020

03.01 **Situación COVID-19**

## MEDIDAS DE CONTROL Y PLANES DE CONTINGENCIA COVID

- La prioridad de NEXTEL desde el primer momento fue asegurar y preservar la salud de sus empleados y colaboradores. Además de las medidas de protección individual, se establecieron planes de prevención desde febrero:
- **En Portugal (sin parada de actividad):**
  - ✓ Problema del rural portugués y cierre colegios.
  - ✓ Turnos de 5 horas, sin vestuarios y sin cruce entre turnos
  - ✓ Movimiento de máquinas y limpieza entre turnos
  - ✓ Fabricación de mascarillas



## MEDIDAS DE CONTROL Y PLANES DE CONTINGENCIA COVID

- **En EE.UU. (sin parada de actividad):**

- ✓ Control a la entrada de la fábrica y separación entre secciones
- ✓ No uso de vestuarios ni cruce entre turnos
- ✓ Teletrabajo
- ✓ Focalización en producción Medical

- **En España (con parada de actividad):**

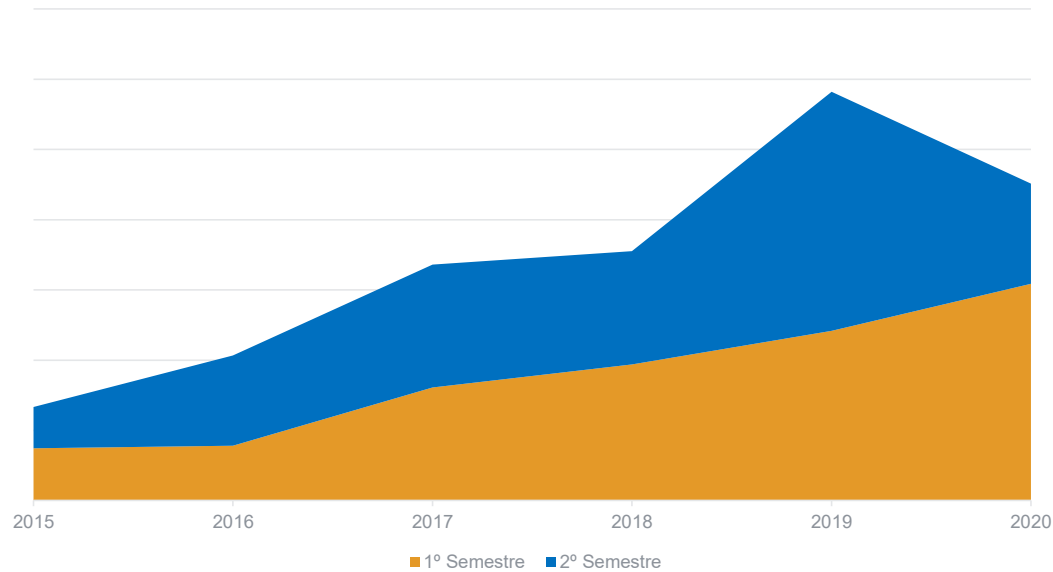
- ✓ Separación entre turno y secciones
- ✓ No uso de vestuarios
- ✓ Teletrabajo
- ✓ ERTE por el 100% plantilla
- ✓ Lanzamiento productos para Medical



03.02 **Evolución del negocio 2020 por segmentos**

## LUJO

- Los pedidos a principio de año seguían la tendencia alcista de la segunda mitad de 2019.
- El COVID desplazó la entrega de los pedidos a mayo, pero no se cancelaron pedidos. Fue un problema logístico al encontrarse el hub del sector Lujo en Italia.
- La recuperación comercial se espera en forma de V, pero posibles rebrotes y la falta de control de la pandemia en EE.UU puede retrasar la recuperación hasta diciembre.
- El lujo está transformando su presentación desde la propuesta barroca, tipo GUCCI, a moda mucho menos ostentosa, cómoda y sobria, como LVMH.
- Las pequeñas marcas son las que más sufren al disponer de una cadena de tiendas mucho más modesta, que las grandes, con presencia en todo el mundo y con un riesgo geográfico limitado.



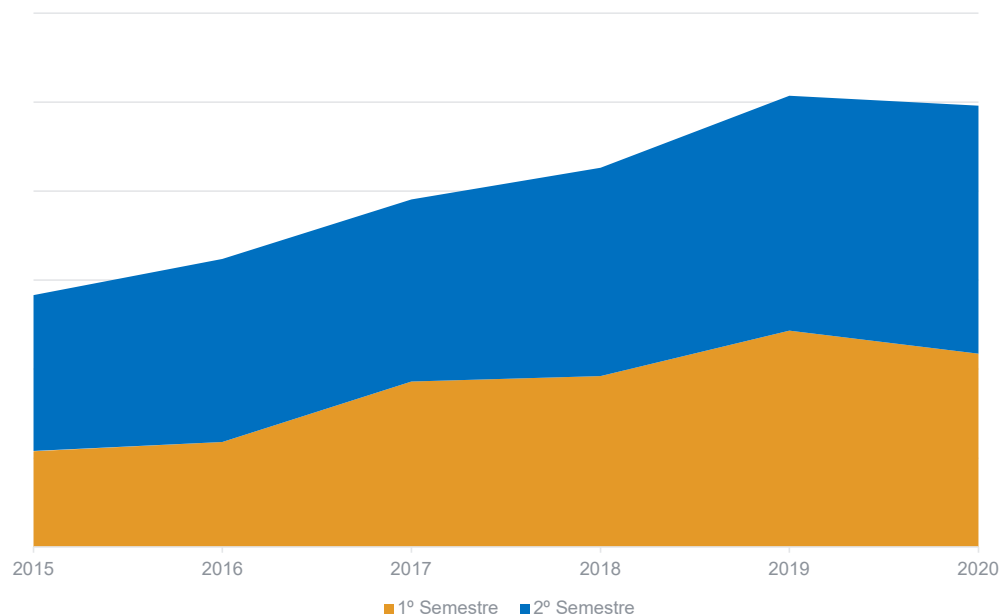
- Crecimiento equipo Calidad y Producción
- ZDHC y Step homologado
- Nueva línea tejido elástico
- Inicio nuevas cuentas

Actualmente, la demanda ha bajado al encontrarse la actividad comercial todavía a medio gas, pero las cifras de los pedidos en firme son importantes.

## DEPORTE/ATHLEISURE

- El mercado del athleisure antes del COVID seguía su evolución de crecimientos cerca del 5%, por encima de la moda, pero no se esperaban grandes cambios de tendencia.
- Las etapas de confinamiento que han ocurrido en todo el mundo ha cambiado las tendencias de moda, y se apuesta por prenda más cómoda dentro y fuera del hogar.
- Se detecta un incremento del consumo y la venta de productos de athleisure y deporte técnico.
- Fundamentalmente en las marcas que se han posicionado correctamente en el canal online.





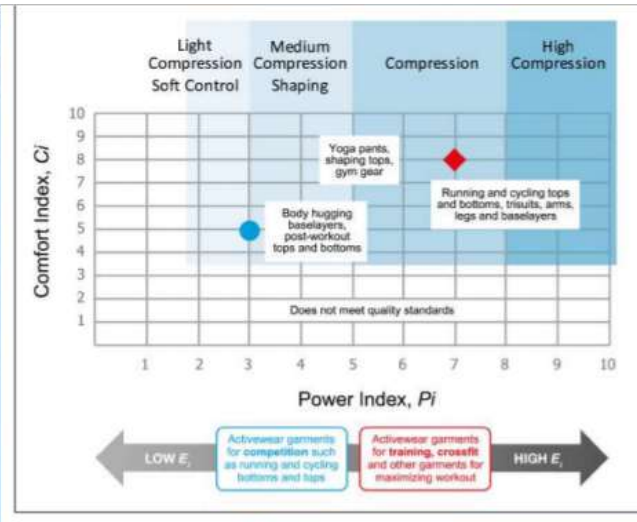
- Bajada en los pedidos y producción a principios de año
- Activación pedidos athleisure en mayo y junio.
- Necesidad de incrementar la capacidad productiva otra vez
- Mejora del equipo de muestras
- La venta online de athleisure se ha disparado.

## Proyecto Play The Best

- Potenciar las sinergias entre las empresas del Grupo dentro del mundo del deporte: Fibras, Tejidos, Acabados, Prendas, Seamless, Greendyes.
- Plataforma PLAYVEST, con apoyo de TREISS/UNIDAD TEJIDOS.
- Desarrollo de prendas técnicas para sector Técnico Premium y Lujo.
- Selección de deportes: Triatlón, Crossfit, Yoga, Golf, Winter sports y Náuticos.
- Ensayos con deportistas profesionales y amateur, para perfeccionamiento soluciones técnicas en tejidos y prendas.
- Propuesta de valor basada en Calidad y Técnica.
- Dirección Comercial específica para el desarrollo del Proyecto.

# Proyecto Play The Best

High Compression  
Fabrics  
FitSense™  
Teflon  
Graphene Plus  
Clean Cut



≡ FA

## BAÑO e ÍNTIMA

- Las previsiones a principio de año de ambas líneas de negocio eran de crecimiento, al consolidarse la propuesta de Fullpackage en el sector Baño en clientes premium, pero en marzo se cancelaron muchos de los pedidos de DOGI, RITEX y TREISS orientados a este sector.
- Finalmente la colección de 2020 no tuvo la dimensión habitual, por los cierres de Italia fundamentalmente, y las marcas tienen stock que, o lo ponen en el mercado con grandes rebajas, o lo almacenan para el año próximo.
- Las marcas Europeas y las Norteamericanas de Íntima esperaban un 2020 de continuidad, pero se han visto muy afectadas por el COVID, con cierres de tiendas o bancarrotas de alguno de sus Clientes (JCPENNEY, JCREW, MUJI USA, AMERICAN APPAREL, AÉROPOSTALE, BARNEYS, NEIMAN MARCUS).
- La solución a esta nueva situación pasa por nuevas propuestas de Shapewear en otros mercados con baja presencia, con Clientes potenciales muy importantes como FÁJATE, LOVABLE o LEONISA, así como el desarrollo de tejidos más finos en EFA.

## Proyecto Baño e Íntima

- Seguimos desarrollando las sinergias entre las empresas del Grupo dentro del mundo del baño comercial: Fibras, Tejidos, Estampados, Prendas.
- Este proyecto que se inicio en 2018 desde 0, tenía unas expectativas de venta en 2020 de 12 millones de Euros, que se han truncado con el COVID.
- Desarrollo de ropa de baño para Clientes Premium. Continuando con la Estrategia definida para TREISS a principio de 2019.
- Pendiente implementación oferta fullpackage Íntima al cierre de la operación de Proyecto FIT.
- Se ha exportado la propuesta de valor del modelo europeo a EE.UU.

# Proyecto Baño



Swimwear

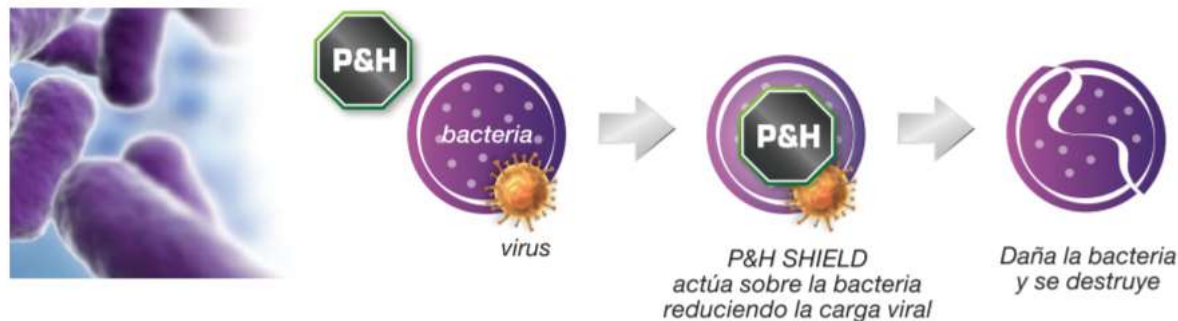
- UV Protection
- Quick Dry
- Chlorine resistant
- Waterproof
- Breathable
- Moisture Movement
- Thermoregulation
- Printing designs

## MEDICAL

- El sector medical ha compensado en cifra de ventas, pero sobre todo en margen, la caída de las ventas en el sector Íntima, en EFA.
- La demanda de tejidos con tratamientos antigérmenes para mascarillas y batas, se ha multiplicado. Con una cifra de negocio en el primer semestre superior a los 5 millones de dólares.
- La necesaria homologación de dichos tejidos es una barrera de entrada para importaciones de terceros países fuera de EE.UU y Europa.
- Se espera que la tendencia hacia propuesta de valor en tejidos y prenda en las que se incluya la barrera contra gérmenes irá en aumento.
- NEXTEL en EE.UU se encuentra en una posición ventajosa por que dispone de recorrido y experiencia. DOGI no tenía presencia y está desarrollando soluciones replicables y mejoradas en Europa.
- Se desarrolla un proyecto completo de tejidos pensados para todo tipo de uso: íntima, deporte o baño, con un protección añadida a las características iniciales: Proyecto P&H SHIELD

## Proyecto P&H SHIELD

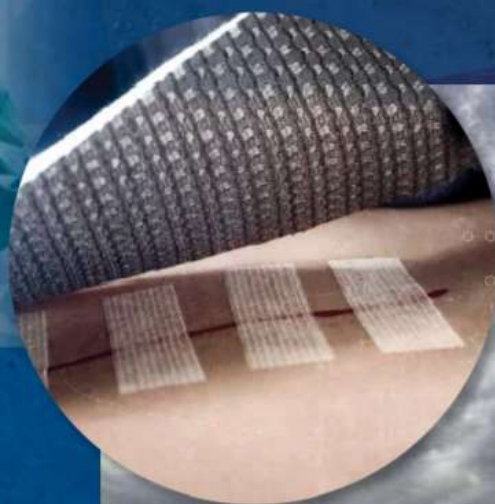
- P&H SHIELD. Protective and Hygienic Shield
- Productos pensados para incrementar la higiene y la protección ante agentes externos.
- Los tejidos garantizan la reducción de la carga vírica, una protección antibacteriana, antimicrobiana y antifúngica, con una durabilidad al lavado mínima de 50 ciclos.
- Los Tejidos son transpirables, repelen el agua, son de secado rápido y están protegidas contra las manchas y olores.
- Orientada a Medical, Athleisure, Deporte y Baño.





# Proyecto P&H SHIELD

Healthcare



## Protective & Hygienic Shield

- Surgical protection
- Antimicrobial finishes

# Propuesta Medical

Healthcare



## Burn Scars

- It helps the complete the cycle of healing the body scars due to the burns in the skin.
- It takes Good care form the radiation form cellphones and other divices that issue electromagnetic radiations that might cause some skin burns

## Wound Care

- Compression Garments for for scars do to burns.
- Lynphedemas in arms or legs caused by the removes from surgeries and for the injuries in the lymph nodes as part of the oncological treatments



# Propuesta Medical



## Mastectomy

- For ergonomic Bras, seductive after a mastectomy surgery or even during the recovery of a mastoplastia

## Prosthetic Lining

- For prosthetic lining achieving high levels of comfort, control and durability.



## Defribillator

- This fabric has been technically made to enable the patient monitored continuously his heart and manage automatically a discharge of treatment to restaure his cardio rythm back to normal.

Healthcare

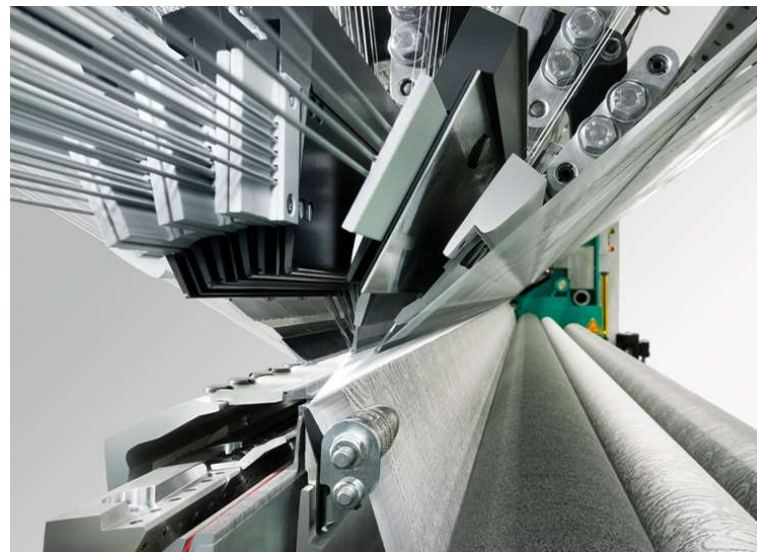
## 04. **Proyectos Globales**

## Proyecto Unidad Tejidos

El trabajo de integración comercial de EFA en el grupo, nos ha permitido iniciar un proceso de análisis conjunto de cara a generar mas valor en la unidad de negocio.

Con un volumen global de 45MM€ deberíamos, abordando cambios estructurales, lograr una rentabilidad industrial apropiada.

Para ello se está realizando un análisis de oportunidades conjuntas que esperamos tener conclusiones en los próximos meses.



## Greendyes



- Actividad de homologación y certificación en Grandes Clientes.
- Licenciatura en Portugal en marcha.
- Incluido dentro del libro de productos innovadores en marcas de lujo.
- Homologación de laboratorio de una de las principales marcas deportivas a nivel mundial. Así como la fabricación de la primera cápsula de producción.
- Producción piloto para el principal fabricante de Shapewear mundial, y uno de los mayores productores de prenda en el sector moda.
- Producción piloto de tejidos orgánicos para marca de cubrecuellos.

# Sostenibilidad

## Social & Labour

Positive social and labour practices of the company. Operations in EURO ZONE and NAFTA



## Sustainability Nextil Roadmap

## 05. **Potenciales Adquisiciones**



05.01 **Crecimiento Inorgánico**

## Estrategia de Crecimiento Inorgánico

Nextil tiene una hoja de ruta clara para los próximos años. Esta pasa por seguir con las mejoras continuas a nivel operativo, mantener la diversificación de negocio y consolidar el proceso de integración y adquisiciones

### Mercado Americano

Mercado con unas muy buenas dinámicas de crecimiento y donde existe una elevada oportunidad de negocio para replica el proceso de consolidación que ha hecho Nextil en Europa

### Mercado Portugués

Tras la entrada en SICI, se ha abierto un mercado natural muy relevante en la industria global textil donde esperamos poder seguir expandiendo todas las filiales del Grupo

Adicionalmente, se está haciendo un importante esfuerzo en la identificación de otros competidores y verticales atractivos en este mercado



### Integración

La integración de compañías muy complementarias permite que las Compañías adquiridas obtengan los beneficios de escala y metodología de Nextil lo que permite obtener sinergias más rápidamente

### Lanzamiento de Nuevos Productos y Canales

El foco en la adquisición de empresas en el mercado americano y portugués permite ofrecer soluciones conjuntas y desarrollar nuevas soluciones y líneas para clientes de dichos mercados

## Potenciales Adquisiciones (1/2)

Gracias al proceso de consolidación sectorial de los últimos años, somos uno de los players de referencia para cualquier proceso de venta que se pone en marcha en la industria



Operaciones  
bajo estudio

>25



Operaciones en  
fase avanzada

1



Operaciones  
analizadas al año

>40



Volumen de  
negocio (1)

+€200m

(1) Volumen de negocio agregado de las compañías que están bajo estudio

## Potenciales Adquisiciones - Operaciones Seleccionadas (2/2)

El número y cantidad de oportunidades de compra es el mejor desde el inicio del proyecto gracias al prestigio que está teniendo Nextil

Targets	Segmento de Actividad	Ventas (m€)	EBITDA (m€)	EBITDA (%)
Target 1	Prenda	69,0	7,0	10%
Target 2	Tejido	18,0	2,3	13%
Target 3	Prenda	14,6	3,5	24%
Target 4	Prenda	11,4	3,9	34%
Target 5	Prenda	30,7	3,6	12%
Target 6	Prenda	12,4	1,7	14%
Target 7	Tejido	75,0	11,3	15%
Target 8	Prenda	25,8	1,5	6%
Target 9	Prenda	15,0	0,9	6%
Target 10	Prenda	14,5	0,6	4%
<b>Media</b>		<b>28,6</b>	<b>3,6</b>	<b>14%</b>

(\*) Selección de algunos de los potenciales targets que se encuentran en el pipeline de potenciales oportunidades actuales.

05.02 **Proyecto FIT – Descripción y Situación Actual**

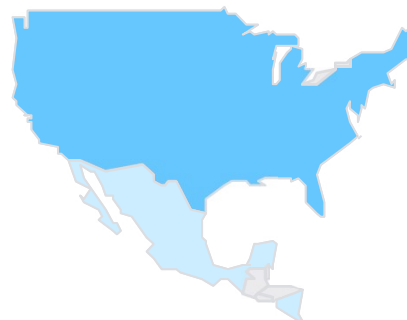
## Visión General de FIT

FIT es una compañía líder en la producción de *Shapewear* en el mercado americano con una importante base de clientes y una presencia muy consolidada en el mercado

### Visión General de la Compañía

- **Descripción:** Empresa líder especializada en la producción de shapewear con presencia en una base de clientes TIER 1 y una presencia muy consolidada en mercado
- **Productos:** *Shapewear* (78%) y panties (21%)
- **Cartera de Referencias:** Cuenta con una cartera diversificada de marcas con diferentes precios que cubren todo el rango de compradores del mercado americano
- **Clientes:** Más de 160 clientes en Estados Unidos, Canadá y México
- **Producción:** La compañía cuenta con instalaciones productivas en Estados Unidos y América Latina
- **Principales Métricas Financieras:** Facturación de c. 68M\$ y un EBITDA de c. 7M\$ (10% de margen) en 2019

### Presencia Geográfica



La venta de producto se centra en Estados Unidos con producción en América Latina

### Portafolio de Marcas

Marca 1	Marca 2	Marca 3	Marca 4	Private Label
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panties &amp; Shapewear para un público joven</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca para un público tradicional de precio medio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos extra-firmes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca premium y de producto exclusivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción para terceros</li> </ul>
				

## Situación Actual de la Transacción

La transacción ya estaba en fase de cierre antes del COVID-19, debido a dicha situación, Nextil ha decidido no consumir la transacción hasta no tener visibilidad sobre la evolución de la pandemia en el mercado americano

### Situación Previa al COVID-19

- Antes de la situación generada por la COVID-19, la transacción se encontraba en una fase muy avanzada con los términos comerciales y legales muy avanzados junto a la estructura legal de la operación, la continuidad del equipo directivo de FIT, etc.

### Situación Actual derivada por la COVID-19

- Debido al impacto de la COVID-19 en el mercado americano, donde al igual que en España, la mayoría de negocios han tenido que paralizar sus operaciones durante los últimos meses. Así como la disrupción que ha supuesto la pandemia en las operaciones de las Compañías, desde Nextil se ha decidido no consumir inmediatamente la transacción en este contexto y esperar a tener una mayor visibilidad sobre la evolución del mercado y de la Compañía durante los próximos meses
- En todo caso, desde Nextil se mantiene una comunicación constante con los accionistas y equipo directivo de FIT, así como sobre la evolución del mercado con el objetivo de consumir la transacción en cuanto se tenga la necesaria visibilidad que permita maximizar la creación de valor que una transacción como esta tendrá para los accionistas



**N E X T I L**  
G R O U P

**JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS**

**27/07/2020**